



Frankfurt, 12. Juli 2012

Pressemitteilung

Jetzt noch aktueller: AGOF gibt Startschuss für schnellere Veröffentlichung der internet facts

Mit der internet facts 2012-04 startet Verkürzung des Verarbeitungszeitraums bei der Studiererstellung / Ziel ist Veröffentlichung der internet facts sechs Wochen nach Ende der Datenerhebung / Sukzessive Verkürzung bis Ende des Jahres abgeschlossen

Ab sofort bietet die internet facts neben ihrer umfangreichen und detailtiefen Datenbasis zusätzlich größere Aktualität für eine qualitativ hochwertige Online-Mediaplanung: Mit der heute erschienenen internet facts 2012-04 startet die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) den Prozess der schrittweisen Verkürzung des Verarbeitungszeitraums. Dies bedeutet, dass die Veröffentlichung der internet facts ab sofort immer näher am erhobenen Zeitraum bzw. Monat stattfindet. Die sukzessive Verkürzung ist mit der heute veröffentlichten Welle gestartet und wird bis Ende des Jahres abgeschlossen sein. Die internet facts wird ab diesem Zeitpunkt jeweils ca. sechs Wochen nach Ende der Datenerhebung bereitgestellt. Ermöglicht wird die schnellere Ausweisung durch eine entsprechende Optimierung aller bisherigen Arbeitsprozesse, die nach intensiver Prüfung jetzt umgesetzt werden konnten. Der verkürzte Verarbeitungsprozess wird ebenfalls für die ma Online der agma umgesetzt und mit der heute veröffentlichten ma 2012 Online 4 gestartet.

Matthias Wahl, Vorstandsvorsitzender der Sektion Internet in der AGOF, erläutert: „Die Herausforderungen für eine schnellere Veröffentlichung liegen im komplexen und mehrstufigen 3-Säulen-Modell von internet facts und ma Online, da sich die komplexen und zeitaufwändigen Prozesse zur Bildung und Profilierung von Unique Usern und die anschließende Fusion mit Daten aus der repräsentativen Telefonbefragung erst nach Abschluss des gemessenen Monats vornehmen lassen. Gleichzeitig müssen alle Überarbeitungen auch weiterhin den hohen qualitativen Anforderungen an eine valide Reichweiterehebung genügen. Im engen Austausch mit der agma konnten wir alle notwendigen Arbeitsschritte derart optimieren, dass wir in einem stufenweisen Prozess die internet facts ab sofort immer schneller bereitstellen und dem Markt damit eine noch aktuellere Planungsgrundlage in gleicher qualitativer Güte wie bisher zur Verfügung stellen können.“

Erste Ausweisung mit verkürztem Verarbeitungszeitraum: Die internet facts 2012-04

Als erste schneller bereitgestellte Welle veröffentlicht die AGOF heute die Zahlen ihrer Markt-Media-Studie internet facts für den Monat April 2012. Die internet facts 2012-04 weist im Einzelmonat April Reichweiten-

Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. Niddastraße 52, 60329 Frankfurt
Tel: 069-264 888-310, Fax: 069-264 888-320, E-Mail: presse@agof.de

Steuer-Nr.: 045_227_3093_1 VR Darmstadt 3395, Geschäftsführerin: Claudia Dubrau
Vorstände: Thomas Duhr, Matthias Wahl, Dirk Maurer, Stefan Schumacher, Steffen Bax

AXEL SPRINGER MEDIA IMPACT | BAUER MEDIA | EBAY | FREEXMEDIA | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | HI-MEDIA | INTERACTIVEMEDIA
IP DEUTSCHLAND | IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MICROSOFT ADVERTISING | OMS | QUALITY CHANNEL | SEVENONE MEDIA
TELEFONICA O2 GERMANY | TOMORROW FOCUS MEDIA | UNITED INTERNET MEDIA | VODAFONE | YAHOO! | YOC MOBILE ADVERTISING



und Strukturdaten für 677 Online-Werbeträger und 3.355 Belegungseinheiten aus. Darüber hinaus liefert sie allgemeine Daten zu Zielgruppen und Online-Werbeträgern sowie Kerndaten zur Internetnutzung und zum E-Commerce.

Reichweitenrankings der Angebote und Vermarkter

Mit einer Reichweite von 25,08 Millionen Unique Usern im Monat April 2012 (49,8 Prozent) liegt T-Online bei den Angeboten an erster Stelle, gefolgt von eBay.de (23,02 Mio. bzw. 45,7 Prozent) und gutefrage.net (15,84 Mio. bzw. 31,5 Prozent). WEB.DE (15,50 Mio. bzw. 30,8 Prozent) und Yahoo! Deutschland (13,49 Mio. bzw. 26,8 Prozent) belegen die Plätze vier und fünf.

Bei den Vermarktern führt im Einzelmonat April TOMORROW FOCUS MEDIA mit 29,54 Millionen Unique Usern (58,7 Prozent) vor InteractiveMedia mit 28,99 Millionen (57,6 Prozent) und United Internet Media mit 26,95 Millionen (53,5 Prozent). Es folgen Axel Springer Media Impact (26,21 Mio. bzw. 52,1 Prozent) und SevenOne Media (26,18 Mio. bzw. 52,0 Prozent).

In der durchschnittlichen Woche teilen sich im April United Internet Media und InteractiveMedia den ersten Platz im Ranking (beide jeweils 16,60 Mio. Unique User bzw. 33,0 Prozent). Auf den nächsten Plätzen folgen TOMORROW FOCUS MEDIA mit 16,12 Millionen (32,0 Prozent), Axel Springer Media Impact mit 14,17 Millionen Unique Usern (28,2 Prozent) und SevenOne Media mit 14,09 Millionen Unique Usern (28,0 Prozent).

Die Reichweiten der Gesamtangebote basieren auf den nach Maßgabe der agma-Gremien erhobenen Daten der ma Online, die von der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (agma) herausgegeben wird. Die ma 2012 Online 4 erscheint parallel zur internet facts 2012-04 am heutigen Tag.

Allgemeine Basisdaten zur Internetnutzung

Gemäß der internet facts 2012-04 hatte das Internet in Deutschland im Ausweisungszeitraum eine Reichweite von 73 Prozent, d.h. 51,40 Millionen Menschen waren im April 2012 im Netz (73,1 Prozent der deutschsprachigen Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren (70,33 Mio.)). Zum Weitesten Nutzerkreis (WNK; Nutzung innerhalb der letzten drei Monate) zählen 71,6 Prozent der Bevölkerung, d.h. 50,34 Millionen Menschen.

Alle Rankings und Tabellen zur internet facts 2012-04 und der Studiensteckbrief finden sich unter www.agof.de/internetfacts.



Über die internet facts

Mit ihrer Markt-Media-Studie internet facts und dem darin ausgewiesenen Leistungswert Unique User (UU) hat die AGOF durch die Überführung des Reichweitenteils unter die methodische Hoheit der agma die einheitliche Internet-Reichweitenwährung als Basis für die Internet-Mediaplanung im Markt etabliert. Die Studie selbst, deren Reichweitenteil parallel als ma Online der agma erscheint, wird von der [Sektion Internet](#) in der AGOF herausgegeben, die auch die Finanzierung und Weiterentwicklung des Studienmodells verantwortet. Ausgewiesen werden in der internet facts Struktur- und Reichweitendaten für über 700 Internet-Werbeträger der [Studienteilnehmer](#) an der internet facts.

Die AGOF

Die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung wurde im Dezember 2002 gegründet. Aufgabe und Zweck der AGOF ist es, unabhängig von Individualinteressen für Transparenz und praxisnahe Standards in der Online-Werbeträgerforschung zu sorgen. Dafür erarbeitet sie die notwendigen Leistungswerte im engen Austausch mit dem Markt und stellt diese in entsprechenden Studien zur Verfügung – und dies nicht nur für das klassische Internet, sondern auch für weitere Segmente digitaler Medien. Zu diesem Zweck sind die in der AGOF vertretenen führenden Vermarkter in Deutschland in Sektionen organisiert, die in ihrem jeweiligem Segment die Konzeption, Bereitstellung und Weiterentwicklung der Reichweitenforschung und Planungsparameter, in Zusammenarbeit mit den Marktpartnern, vorantreiben.

Bei Rückfragen:

Katharina Böhm

AGOF Pressesprecherin

Tel.: 069/264 888-318

Fax: 069/264 888-320

Mobil: 0151/126 713 88

Mail: katharina.boehm@agof.de

Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. Niddastraße 52, 60329 Frankfurt
Tel: 069-264 888-310, Fax: 069-264 888-320, E-Mail: presse@agof.de

Steuer-Nr.: 045_227_3093_1 VR Darmstadt 3395, Geschäftsführerin: Claudia Dubrau
Vorstände: Thomas Duhr, Matthias Wahl, Dirk Maurer, Stefan Schumacher, Steffen Bax

AXEL SPRINGER MEDIA IMPACT | BAUER MEDIA | EBAY | FREEXMEDIA | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | HI-MEDIA | INTERACTIVEMEDIA
IP DEUTSCHLAND | IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MICROSOFT ADVERTISING | OMS | QUALITY CHANNEL | SEVENONE MEDIA
TELEFONICA O2 GERMANY | TOMORROW FOCUS MEDIA | UNITED INTERNET MEDIA | VODAFONE | YAHOO! | YOC MOBILE ADVERTISING